

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
GRAFIČKI FAKULTET

NINA IVANOVIĆ

# FOTO VODIČ KROZ ZAGREB – OD IDEJE DO REALIZACIJE

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2016.



Sveučilište u Zagrebu  
Grafički fakultet

NINA IVANOVIĆ

# FOTO VODIČ KROZ ZAGREB – OD IDEJE DO REALIZACIJE

DIPLOMSKI RAD

Mentor:

Doc. dr.sc. Maja Strgar Kurečić

Student:

Nina Ivanović

Zagreb, 2016.

## SAŽETAK

U ovom radu pristupit će se procesu izrade foto vodiča od ideje do realizacije. Knjiga će biti turistički vodič za grad Zagreb koji prikazuje odabir važnih mjesta u gradu. Naglasak je na arhitekturi, prirodi te kulturnoj i *art* sceni. Ovim vodičem posjetitelju se pruža šira slika grada, upoznaje ga se sa lokalnim znamenitostima i načinom života. Knjiga je koncipirana na način da sadrži samo fotografije koje prikazuju atmosferu grada, te potiče posjetitelja na aktivno i samostalno istraživanje grada. Foto knjiga također može biti i suvenir sa putovanja.

Cijelokupni proces izrade foto vodiča počinje od vizije tj. ideje. Provedeno je istraživanje postojećih vodiča na tržištu kako bi se analiziralo stanje na tržištu te uočile sličnosti i razlike među njima. U eksperimentalnom dijelu rada, metodom *on line* ankete, ispitanicima su postavljena pitanja kojima će potvrditi ili demantirati hipoteze vezane za ulogu vizualnih elemenata i fotografije u turističkim vodičima. Podaci su iskorišteni kao smjernica pri izradi vodiča.

Foto vodič je izrađen u formi knjige formata 150mm x 200mm i sadrži 161 fotografiju. Fotografije su snimljene digitalnim SLR fotoaparatom i obrađene u Photoshopu. Vodič je podijeljen na tematske cjeline koje prikazuju arhitekturu i prirodu, umjetničku scenu, biciklizam u Zagrebu te Instagram scene.

Cilj ovog rada je ponuditi budućim posjetiteljima alternativni vodič sa drugačijim vizualnim pristupom kako bi obogatili svoj posjet gradu.

Ključne riječi:

Turistički vodič

Fotografija

Foto knjiga

## **SUMMARY:**

This work will show the whole process of making a photo guide, from the idea to the realization. This photobook is going to be a touristic guidebook for the city of Zagreb and it will present the choice of important places to visit. Accent will be on architecture, nature, art and cultural scene in the city. This guide will show the wider picture of the city where the visitors can see the local sights and life in the city. Book will contain photos that are showing romantic feeling of the city and encourage people to actively explore Zagreb. This photobook can also be a nice souvenir and a memory of Zagreb.

Whole process starts from the idea. Research was made in order to compare existing guidebooks on the market and to analyse similarities and differences between them. In experimental part of the work, using on line questionnaire, respondents were asked to answer questions that will prove or deny set hypothesis. Collected data was used as a guideline for a process of making a book.

Photo guide was made in a book form, dimensions are 150mm x 200mm, and it contains 161 photograph. Photographs were made using digital SLR camera and processed in Photoshop. Guide is divided into chapters that show architecture and nature, art scene, bike scene in Zagreb and Instagram shots.

Main goal of this work is to offer alternative guide for future visitors with different visual approach in order to enrich their stay.

Key words:

Tourist guidebook

Photography

Photobook

## SADRŽAJ:

<b>1. UVOD.....</b>	<b>1</b>
<b>2. TEORIJSKI DIO.....</b>	<b>2</b>
2.1. Turistički vodiči.....	2
2.2. Usporedba turističkih vodiča.....	2
2.2.1. Besplatni vodiči.....	4
2.2.2. Kupovni vodiči.....	7
2.3. Foto knjiga.....	10
2.4. Digitalna fotografija.....	11
2.5. Obrada digitalne fotografije.....	11
2.5.1. Alati za obradu digitalne fotografije.....	12
2.5.1.1. Adobe Photoshop.....	12
2.5.1.2. Lightroom.....	13
2.5.1.3. GIMP.....	13
2.5.2. Raw format.....	14
2.6. Priprema fotografija za reprodukciju.....	15
2.7. Prijelom.....	16
2.7.1. Adobe InDesign.....	16
2.8. Uvez.....	17
2.9. Tisak.....	18
2.9.1. Vrste tiska.....	18
2.9.1.1. Digitalni tisak.....	19
2.9.1.2. Priprema za tisak.....	20
<b>3. EKSPERIMENTALNI DIO.....</b>	<b>21</b>
3.1. Cilj i hipoteze istraživanja.....	21
3.2. Plan istraživanja.....	21
3.3. Anketa i analiza rezultata.....	22
3.4. Snimanje fotografija korištenjem digitalnog fotoaparata.....	30
3.5. Način snimanja i postavke fotoaparata.....	30
3.6. Dizajn.....	31

3.6.1. Odabir fotografija.....	31
3.6.2. Obrada fotografija.....	32
3.6.3. Odabir tipografije.....	33
3.6.4. Dizajn korica.....	34
3.6.5. Odabir vrste prijeloma.....	35
3.6.6. Oblikovanje knjige.....	35
3.7. Priprema za tisak foto vodiča kroz Zagreb.....	37
3.8. Odabir tehnike tiska.....	38
3.9. Otisnuti/realizirani proizvod.....	39
<b>4. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>46</b>
<b>5. LITERATURA.....</b>	<b>47</b>

## 1. UVOD

U ovom radu će se na drugačiji način pristupiti izradi turističkog vodiča za grad Zagreb. Prvenstveno, ovaj vodič ima pridjev nekonvencionalni jer je riječ o projektu u kojem je naglasak na fotografiji. Fotografijama će se pokušati prikazati atmosfera grada sa ciljem prenošenja emocija na čitatelje te ih navesti da samostalno istražuju grad.

Vodič je zamišljen da čitatelj listajući ga nailazi na fotografije koje u njemu izazivaju emocije. Uz fotografiju neće stajati informacije već je poželjno da osoba uđe u interakciju i komunikaciju sa stanovnicima Zagreba. Primjerice, listajući knjigu poželite posjetiti mjesto sa fotografije, prisiljeni ste ili sami istraživati ili se upustiti u dijalog sa stanovnicima koji će vas uputiti na željenu lokaciju. U knjizi će biti dovoljno „praznog“ prostora pored fotografija koji je poželjno iskoristiti na način da korisnici sami upišu znamenitost i lokaciju kada ju nađu, a može se i podijeliti neka uspomena ili događaj s tog mjesta, te tako stvoriti vlastite uspomene koje ste doživjeli pri posjetu gradu Zagrebu. Time svaki taj vodič zapravo postaje personaliziran i njegov će ga vlasnik dopuniti svojim uspomnama. Vodič se pretvara u dnevnik putovanja.

Cilj ovog vodiča nije zamjena klasičnih vodiča, već drugačiji, kreativniji i aktivniji pristup upoznavanju grada. Za svaku je osobu putovanje jedno potpuno novo, osobno iskustvo i svatko želi dobiti drugačije stvari od tog iskustva. Vodič će obuhvatiti sve važne dijelove grada, ali osim znamenitosti i područja za koja svi znamo da su važna ovdje će biti uključeni i dijelovi grada koji se ističu kao kulna ili zanimljiva mjesta zato što su ih stanovnici tijekom godina učinili takvima. Također, vodič je namjenjen i posjetiteljima koji su već bili u Zagrebu te sada žele napraviti korak dalje u upoznavanju grada. Osim vodiča, ova foto knjiga ima ulogu i suvenira, uspomene sa putovanja.

U ovom radu će se istraživati cijelokupni proces od same ideje do finalne realizacije proizvoda. U eksperimentalnom dijelu ispitat će se hipoteze kako bi se odredile smjernice u izradi foto knjige. Biti će opisani svi koraci koji su potrebni kako bi se ostvario grafički proizvod, od ideje, analize, istraživanja, proučavanja teorije do realizacije, fotografiranja, obrade, dizajna i pripreme.

## 2. TEORIJSKI DIO

### 2.1 Turistički vodiči

Turistički vodič je najčešće knjiga koja sadrži sve potrebne informacije o smještaju, javnom prijevozu, restoranima i značajnim mjestima za posjetiti.

Turistički vodiči su pomoć strancima pri putovanju, najčešće u obliku manjih knjižica koje sadržavaju sve znamenitosti za koje se smatra da imaju povijesnu i kulturnu važnost. Nalaze se u različitim formatima, mogu biti besplatni, sa malo stranica ili u formi mape grada, mogu izgledati kao časopis ili knjiga. S obzirom na razvoj tehnologije turistički vodiči danas postaju i mobilne aplikacije jer su najčešće besplatne, jednostavne i korisne za korištenje, nema dodatnog tereta i savršeno odgovaraju ubrzanom stilu života. Na tržištu postoji tematska podjela vodiča, točnije specijalizirani za primjerice noćni život, gastronomsku ponudu, arhitekturu, smještaj.. Također mogu biti namjenski kao avanturistički, opuštajući... Svrha turističkih vodiča je olakšati strancima snalaženje po gradu te sažeti najbitnije stvari na jedno mjesto. Najčešće se sastoje od fotografija uz koje je priložen tekst. Najzastupljenija mjesta u vodičima su povijesne znamenitosti. Vodiči se mogu naći u uredima turističke zajednice, knjižarama i knjižnicama, hotelima, a pojedini besplatni mogu se naći na popularnim i posjećenim mjestima u gradu poput kafića, hostela i klubova.

### 2.2 Usporedba postojećih turističkih vodiča

Kako bi se usporedili turistički vodiči važno je izabrati koji će se elementi analizirati. Prva podjela vodiča je na one besplatne i prodajne. Obje vrste vodiča se nalaze u različitim formama od letaka, mapa, knjižica, do audio vodiča. U ovom je radu izvršena analiza turističkih vodiča koji se prodaju u knjižarama i to na prvim policama, znači onih koji su najdostupniji turistima. Kod usporedbe se gledao format, naslovnica, sadržaj. Usporedba je provedena u dvije najveće knjižare u Zagrebu Profil Megastore i Algoritam i u Turističkoj zajednici grada Zagreba.



Prvi dojam je da ima premalo turističkih vodiča za grad Zagreb dok su druga mjesta puno zastupljenija, osobito strane metropole. Na glavnoj polici koju turisti prvo uoče među klasičnim vodičima ne nalazi se vodič grada Zagreba. Svi vodiči su izrađeni po sličnom principu. Postoje još druge knjige za turiste, ali ne bi se mogle nazvati vodičima jer su velikog formata i tvrdih korica, teške, više za kućnu upotrebu. Unutra se nalaze visokokvalitetne fotografije sa pratećim tekstom.

Tablica 1: *Prikaz podjele turističkih vodiča*



### 2.2.1. Besplatni vodiči

Besplatni vodiči se nalaze u prostorima turističke zajednice grada Zagreba i na određenim turističkim mjestima poput hostela i suvenirnica. Većina besplatnih vodiča tiskana je u formi brošure - male knjižice praktične za rukovanje, najčešće tematski specijalizirane. Primjerice: brošura za muzeje, galerije i zbirke, mjesečni program događanja, brošura o povijesti Zagreba, o Mirogoju, projekcije filmova na otvorenom i sl. Analizirajući ove brošure ustanovilo se da je većina brošura na hrvatskom jeziku, sa pojedinima koje su prevedene na više glavnih jezika poput engleskog i njemačkog. Sve brošure imaju sličan vizualni izgled, istih su dimenzija, a unutrašnjost je ispunjena kombinacijom fotografija i teksta, te često mapom grada na posljednjoj stranici.

Sljedeći oblik besplatnih turističkih vodiča je mala knjižica do sto stranica. Knjižice također mogu biti podjeljene po temi ili općenite. Manjeg su formata pa su praktične za nositi. Knjižice su bile dvojezične (hrvatski/engleski) ili u potpunosti na stranom jeziku.

Među besplatnim vodičima ove godine su se našle i besplatne novine City Time. Novine su u potpunosti prilagođene turistima, na engleskom su jeziku i sadrže aktualne događaje u gradu Zagrebu poput noćnog života, raznih aktivnosti za turiste, mjesta za posjetiti. Časopis se distribuira diljem grada, na turistički frekventnim mjestima.



Slika 1: Prikaz besplatnih turističkih vodiča u obliku knjižica



Slika 2: Prikaz besplatnih turističkih vodiča u obliku brošura

### 2.2.2. Kupovni vodiči

Kupovni vodiči mogu se naći u svakoj većoj knjižari u gradu. Nalaze se u sekciji sa turističkom publikacijom. Istraživanjem se utvrdilo da su dva izdavača najzastupljenija, a to su turistički vodič od Mozaik knjige te Eyewitness Travel Guide. Njihova izdanja nalaze se na glavnim policama i nude vodiče za velik broj metropola. Među njima nije pronađen vodič Zagreba, već samo Hrvatske ili pojedinih djelova Hrvatske kao što su Istra i dalmatinski otoci.

Mozaikov turistički vodič dolazi u obliku knjige manjeg formata, opsega 160 stranica. Ističe se svojim TOP 10 listama mjesta za posjetiti što je sigurno svakom turistu privlačno pa se tako u sadržaju može naći top 10 muzeja i galerija, restorana, hotela, znamenitosti, barova i spomenika. Zadnji dio vodiča pruža korisne informacije poput transporta po gradu i do grada, novina i internet stranica, savjete o smještaju i što izbjegavati, informacije o bankama, dućanima te važnije telefonske brojevi poput hitne i policije. Na samom kraju vodiča nalazi se mapa grada.

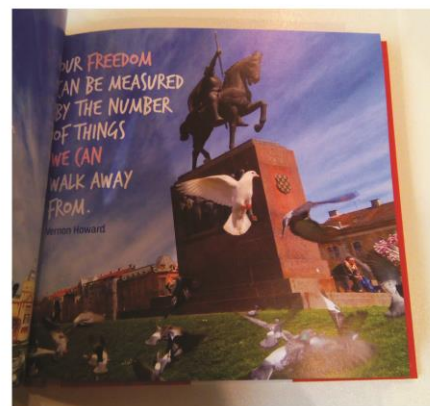
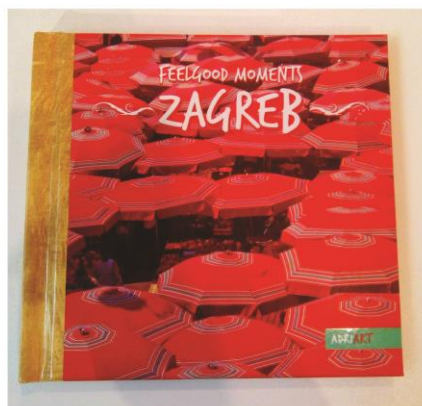
Eyewitness Travel Guide je sličnih dimenzija, također u formi knjige. U njihovim knjigama je napravljeno kodiranje bojom, pa su tako krugovima u boji označeni dijelovi grada. Na početku vodiča je upoznavanje sa gradom i njegovom povijesti. Praktične informacije o mjestu, lokator (mala mapa) nalaze se na svakoj stranici gdje je to potrebno, primjerice kod muzeja. Također kroz vodič se protežu *text boxovi* sa zanimljivostima. U zadnjem dijelu knjige, u formi indexa ili imenika nalazi se popis restorana, pubova, banaka, dućana, muzeja, klubova i dr. Na samom kraju je Survival Guide sa praktičnim informacijama poput brojeva hitne i policije, informacije o javnom prijevozu te mapa grada.

Također, postoje knjige većih dimenzija, kvalitetnog tiska i tvrdih korica koje se ne mogu svrstati u turističke vodiče. To su povijesne ilustrirane knjige o Zagrebu. One sadrže veliku količinu fotografija i teksta. Upravo zbog toga mogu u pojedinim slučajevima poslužiti kao turistički vodič.





Slika 3: Prikaz kupovnih turističkih vodiča u obliku knjige



Slika 4: Prikaz knjiga o Zagrebu



Slika 5: Audio turistički vodiči

Slika 6: Specijalizirani turistički vodič za hranu

### 2.3. Foto knjiga

Foto knjiga je vrsta knjige u kojoj je naglasak na fotografiji. Primjer za foto knjigu su biografije i monografije poznatih umjetnika, profesionalnih fotografa i sl. Foto knjige su najčešće otisnute kvalitetnom tehnikom tiska. S obzirom na razvoj tehnologije, točnije fotoaparata, nastaju izvanredne fotografije. Primjer su fotografije National Geographica koji niz godina fotografiraju egzotične prizore. Posebno su zanimljivi prizori koji su ljudima teže dostupni poput divljih životinja, prirode ili teško dostupnih mjesta. Nerijetko je slučaj da nakon višegodišnjeg rada takav fotograf ili časopis izda foto knjigu u kojoj su sabrana najbolja djela. Foto knjige se koriste i za prikaz opusa likovnih umjetnika. Uz kratak opis i naziv slike, upravo su fotografije ono što najbolje predstavlja autora. Također, foto knjige su često većih dimenzija, uvezene tvrdim uvezom.

Kod foto knjiga je vrlo važan kvalitetan otisak i kvaliteta samih fotografija.



Slika 7: Prikaz foto knjiga: „New York Bike Style“ Sam Polcer, „Tošo Dabac“ MSU, „Seeing The World Through a Sardine Cam“ Lomography



## 2.4. Digitalna fotografija

Fotografiju dijelimo na analognu (klasičnu) i digitalnu. Dok za analognu fotografiju koristimo film, kod digitalne fotografije slika se stvara preko elektroničnog senzora kao skup binarnih podataka.

„Umjesto na fotoosjetljivi film, digitalna kamera sliku projicira na osjetilo slike, sastavljen od velikog broja fotoosjetljivih ćelija, koje digitaliziraju elemente slike, tj. svjetlosne veličine pretvaraju u skup podataka o položaju, nijansi boje i stupnju osvjetljenosti pojedinih mikroskopskih površina koje čine sliku (tzv. pixel od engl. *picture element*), a tako dobivene digitalne podatke upisuju u odgovarajućem obliku na svoju memoriju.“ [1]

Podaci se pohranjuju na memorijsku karticu, a takav način pohrane omogućava korisniku da prebaci fotografije na računalo. Digitalna fotografija omogućava veliki broj fotografija koje se mogu na licu mjesta gledati i brisati. Količina nije ograničena filmom kao što je kod analogne fotografije. Sa memorijske kartice pohranjeni podaci se spremaju na računalo i kartica se može ponovo koristiti. To je velika prednost digitalne fotografije. Ušteda na filmu nije samo financijske prirode već i ekološke. Također korisnik bira koje i koliko fotografija će razviti, a same fotografije se mogu doradivati i obrađivati u grafičkim programima za obradu slike.

## 2.5. Obrada digitalne fotografije

Obrada digitalne fotografije podrazumijeva mijenjanje tj. manipulaciju detaljima na digitalnoj fotografiji. Mogu se obrađivati i popravljati sitni detalji na fotografiji, a moguće je i mijenjati sadržaj fotografije u velikoj mjeri te spojiti grafičku i likovnu umjetnost, raditi fotomontažu. Kod obrada fotografija nužno je koristiti odgovarajuće programe. Programi mogu biti vektorski i rasterski grafički softveri. Rasterski funkcioniraju na principu piksela i takvi programi su bolji za obradu fotografija.

### 2.5.1. Alati za obradu fotografija

Danas postoji mnogo alata za obradu fotografija, a velik dio njih na tržištu je besplatan. Programi koji se najčešće koriste kod obrade digitalne fotografije su Adobe Photoshop, Lightroom, GIMP. Alati za obradu slike se najčešće koriste kako bi se promijenila veličina slike, obrezao format, modificirale boje i uklonile nepravilnosti. Svaki program ima niz alata koji pružaju nebrojeno mnogo mogućnosti za manipulaciju slikom.

#### 2.5.1.1. Adobe Photoshop

Adobe Photoshop je grafički računalni program koji je namijenjen za rastersko obrađivanje digitalnih fotografija. Prva verzija objavljena je 1990. Godine, a do danas je doživjela trinaest preinaka.

Adobe Photoshop je alat koji omogućuje manipulaciju pojedinim elementima za vizualnu komunikaciju, kao što su grafika, slika i tekst. Omogućava mijenjanje detalja na digitalnoj fotografiji. Moguće je mijenjati format, veličinu, rezoluciju, boje, mijenjati ili brisati postojeće elemente na fotografiji. Uz pomoć alata mogućnosti su neograničene te od osnovne upotrebe može se stvoriti potpuno novo umjetničko djelo. Photoshop sadrži mnoge opcije za manipulaciju fotografijom, a one se koriste prema namjeni. Primjerice, kod modne fotografije biti će potrebno ukloniti nedostatke na modelu, nanijeti digitalnu šminku, pojačati boje. Kod novinske fotografije je poželjno priložiti što realniju sliku, no sadržaj fotografije se može u potpunosti promijeniti obrezivanjem jer se tada uklanja dio fotografije i preostali dio može slati krivu poruku. Stoga ovisno o namjeni koristimo alate. To je ujedno i najveća prednost digitalne fotografije jer omogućava da se svaki njen dio može digitalno mijenjati ili doraditi. Slične stvari su postojale i prije digitalizacije, samo je proces bio mnogo zahtjevniji i dugotrajniji, ali i tada su ljudi „nestajali“ sa fotografija, pogotovo u propagandne i političke svrhe.

Photoshop sadrži niz alata, a pojedinom problemu se može pristupiti na različite načine. Glavne skupine alata se dijele na: alate za crtanje i retuširanje, alate za selektiranje, slojeve i transformacije, alate za tekst, za kanale boja i maske, filtere, modove, veličine slika i podešavanje boja.

#### 2.5.1.2. Lightroom

Adobe Lightroom je također program za obradu digitalne fotografije te za organizaciju fotografija. Ovaj program omogućava pregled, organizaciju i retuširanje velikog broja digitalnih fotografija. Kako bi se radilo na datotekama one prvo moraju biti uvezene u program i to u odgovarajućem formatu, primjerice Raw format. Najveća razlika između Adobe Photoshopa i Lightrooma je način na koji Lightroom čuva izmjene na fotografiji. Kada se u Lightroomu otvori datoteka, sve promjene koje se naprave na fotografiji ostaju sačuvane u odvojenoj datoteci .xmp ekstenziji ili u Lightroomovoj bazi podataka. Sve promjene koje se naprave su sačuvane dok je istovremena originalna fotografija također sačuvana. Naziv za ovakvu obradu je *non-destructive* ili nedestruktivna obrada. Ovakav način obrade omogućava korisniku da može nanovo raditi promjene na fotografiji. Kako bi fotografija bila spremna za objavu ili print potrebnu ju je *exportati*.

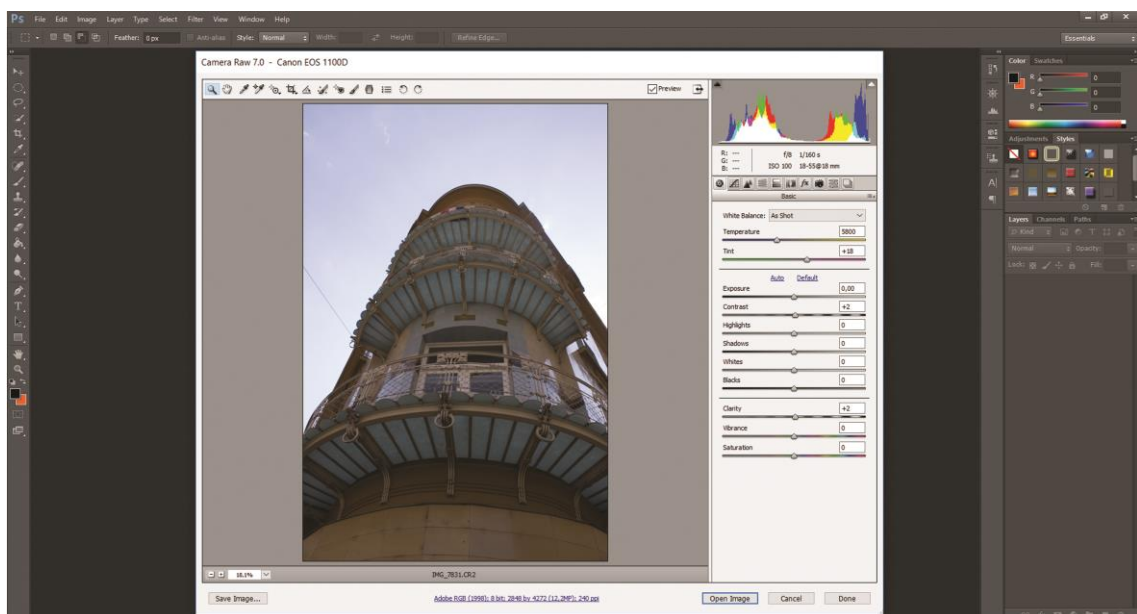
Lightroom sadrži manje alata od Photoshopa, ali dizajniran je da sadrži sve potrebne alate za fotografe koji moraju obraditi stotine slika.

#### 2.5.1.3. Gimp

GNU Image Manipulation Program je također jedan od programa za obradu slika. Popularan je jer je jednostavan i besplatan. Omogućava retuširanje i uređivanje fotografija. Moguće je mijenjati veličinu, cropati tj. obrezivati fotografiju – mijenjati joj format i veličinu, crtati, te još mnogo opcija.

### 2.5.2. Raw format

Raw format je takozvan sirovi format, što znači da je to neobrađeni zapis svih informacija koje je senzor zaprimio za vrijeme ekspozicije i kao takav se sprema na memorijsku karticu. Glavna mu je prednost mogućnost naknadnog mijenjanja postavka na digitalnoj fotografiji. Idealan je ako se snima u uvjetima za koje nije sigurno kako će fotografija ispasti i koji su promijenjivi. Kada se fotografiju u raw formatu prebaci na računalo, u programima za obradu slike Adobe Photoshop i Lightroom, otvara se prozorčić sa postavkama koje se mogu mijenjati. Primjerice moguće je promijeniti svjetlinu fotografije, ukloniti jake sjene ili preeksponirane dijelove.



Slika 8: Prikaz radnog prozora u Adobe Photoshopu pri otvaranju Raw datoteke

## 2.6. Priprema fotografija za reprodukciju

„Uređivanje slika u grafičkoj struci podrazumijeva obradu slika na takav način da se prilikom tiska može dobiti najbolja moguća kvaliteta slike.“ [2] Kod pripreme fotografije za reprodukciju vrlo je važno unaprijed pretpostaviti probleme koji bi se mogli pojaviti prilikom tiska. Kako bi se izbjegli problemi potrebno je učiniti određene korake prije nego se fotografija pošalje u tisak. Cilj ovih koraka je da se dobije najbolja moguća kvaliteta reproducirane fotografije. Kvaliteta fotografije ovisi o mnogo parametara. Važno je uzeti u obzir medij i format na koji će se fotografija otisnuti. Što je veći format, šanse za greškom ili nekvalitetnijim otiskom su veće. S obzirom da se u ovom radu izrađuje turistički foto vodič 150mm x 200mm dimenzije, potrebno je pripremiti fotografije u skladu s tim. I prije same pripreme i obrade fotografije moguće je poduzeti određene korake kako bi snimljena fotografija bila što kvalitetnija, a tu su postavke fotoaparata koje se namještaju prije samog okidanja. Kvaliteta ovisi o vrsti fotoaparata, o vrsti objektiva, postavkama na istome te vanjskim uvjetima i odabranim prizorima. Važno je namjestiti postavke na fotoaparatu, rezoluciju na 300dpi, format fotografija na raw kako bi se eventualne nepravilnosti mogle korigirati naknadno na računalu. Rezolucija slike označava broj piksela po jediničnoj dužini i ona određuje čitljivost slike. Također, prije same obrade fotografija, potrebno je izvršiti kalibraciju monitora kako bi se boje što realnije prikazivale. Potrebno je napraviti korekciju tonova i kontrasta, korekciju boja te izoštravanje slike.

Kad se fotografija otvori u određenom grafičkom programu (Adobe Photoshop i Lightroom) nakon obrade potrebno je prebaciti fotografiju iz RGB prostora boja u CMYK prostor boja. RGB prostor prikazuje red (crvena), green (zelena) i blue (plava) boje te se zbrajanjem tih osnovnih boja dobiva bijela boja, točnije aditivni model miješanja boja. To je sustav boja koji se koristi u digitalnim medijima. CMYK prostor boja se koristi u tiskarstvu i to su cyan (plavo zelena), magenta (purpurna), yellow (žuta) i key (crna) i suptraktivnim miješanjem dobije se crna boja. Pri spremanju fotografije možemo izabrati u kojem će se formatu fotografija spremiti. Preporuča se tiff format jer maksimalno sačuva kvalitetu fotografije.

## 2.7. Prijelom

Kod izrade knjige, u ovom slučaju foto knjige, vrlo je važan prijelom. Prijelom je pojam koji obuhvaća način na koji ćemo prelomiti tekst, organizirati fotografije, izabrati *layout*, dizajn. Prijelom je slaganje vizualnih elemenata (slika, ilustracija, tekst, grafika). Kod knjige se posebno pripremaju korice, a posebno unutrašnjost tj. knjižni blok. Korice su najčešće od drugačije vrste papire, ljepenke. Korice, osim estetske funkcije, imaju i zaštitnu funkciju očuvanja knjige i njezinih stranica. Pri izradi knjige potrebno je odrediti format i odabrati vrstu uveza, korice, debljinu i vrstu papira.

Dizajn korica knjige treba asocirati na sadržaj knjige. Kod prijeloma pazimo na grafičko oblikovanje, oblikovanje teksta, odabir kolumna, tipografiju, smještaj fotografija. Sve mora biti u smislenoj cjelini ili biti podjeljeno u smislene odlomke. Kad odaberemo vrstu prijeloma i grafički oblik, knjiga se može pripremiti za tisak. Vrsta prijeloma ovisi i o publikaciji koju se radi bilo da su to novine, letak, brošura ili knjiga. Najpoznatiji program za prijelom i oblikovanje tj. za stolno izdavaštvo je Adobe InDesign.

### 2.7.1. Adobe InDesign

Adobe InDesign je alat za prijelom i oblikovanje. Opcije su brojne, od prijeloma knjiga, letaka, brošura, novina do posjetnica. Glavna zadaća ovakvog programa je da omogući korisniku da objedini i posloži sve elemente svoje publikacije u jednu cjelinu. InDesign sadrži brojne alate, od kojih su glavni alat za rad sa tekstom, alat za manipulaciju sa objektima, alati za crtanje i rad s bojama, osnove rada sa slikama.

Prilikom otvaranja novog dokumenta odabiru se važne stavke poput formata publikacije, broja stranica, određivanja veličine margina, *bleeda* i *sluga*. Prilikom rada dokument se sprema kao radna verzija u InDesign-u, a kao konačni dokument spreman za tisak u .pdf ekstenziji sa svim potrebnim označenim linijama (linije reza i savijanja).

## 2.8. Uvez

Uvez kod knjiga je prvo imao zaštitnu funkciju jer su uvezene korice najčešće tvrde i štite sadržaj unutra. Tijekom godina pridodavala se sve veća pažnja na sam dizajn korica, a o dizajnu i vrsti knjige ovisi i koji će se uvez odabrati. Knjiga se može uvezati automatski tj. strojno proizvedeno, ali i ručno. Ručni uvez knjiga se najčešće koristi kada želimo do najsitnijih detalja ukrasiti knjigu, a samim time joj raste i vrijednost jer je ručni rad.

Postoje razne vrste uveza (jednostavni, meki i tvrdi), a razlikujemo ih po namjeni ( primjerice foto knjiga, poslovna knjiga), po načinu rada (francuski uvez), te po materijalu koji se upotrebljava (platneni uvez). Također, jednostavni uvezi se koriste pri izradi grafičkih proizvoda poput mapa, registratora, fascikala, spiralnih uveza i slično, dok pod složene spadaju meki i tvrdi uvez koji se sastoje od dva dijela, a to su korice i knjižni blok. Knjižni blok je skup savijenih knjižnih araka koji su sabrani u jednu cjelinu i slažu se ovisno o opsegu knjige. Knjižni arci mogu se slagati arak na arak kod knjiga sa većim brojem stranica i arak u arak kod knjiga sa manjim brojem stranica. Kako bi se povezali knjižni arci se najčešće šivaju, a u novije vrijeme i lijepe. Kod mekog uveza korice su najčešće od tankog kartona koji se potom plastificira (mat ili sjajno) radi dodatne zaštite. Tvrdi uvez se sastoji od više dijelova, danas ima nebrojeno mogućnosti, te se korice mogu presvući raznim materijalima, to su tzv. presvlačni materijali. „Presvlaka može biti od papira, platna, kože ili raznih imitacija kože, a presvučen može biti cijeli uvez, izjedna, ili može biti izvedena tako da hrbat bude presvučen platnom, a ostali dio nekim drugim materijalom.“ [3] Tvrdi uvez je kvalitetniji, bolje čuva knjigu, a isto tako je i skuplji. Najčešće se stavlja na knjige sa većim brojem stranica poput enciklopedija, rječnika, leksikona.

Isto tako, uvez ovisi i o trajnosti te namjeni knjige. Knjige mogu biti kraćeg vijeka trajanja poput knjiga za jednokratnu upotrebu ili višekratnu (do 1 godine) upotrebu, gdje će se najčešće upotrebljavati meki uvez, dok će se trajnije knjige uvezati sa tvrdim uvezom.

## 2.9. Tisak

Tisak je prijenos motiva bojom na papir. Tisak je nastao pojavom prvog tiskarskog stroja. Postoje razni načini kako otisnut tj. prenijeti boju od predloška do tiskovne podloge. To ovisi o samoj podlozi i namjeni. Određene vrste tiska su više namijenjene za skuplje proizvode ili proizvode koji zahtjevaju visoku kvalitetu otiska, primjerice fotografije. Ukoliko se tiska nešto poput dnevnih novina što izlazi na dnevnoj bazi, tada nije potrebna visoka kvaliteta tiska. Također danas više nije samo papir tiskovna podloga, već to mogu biti i predmeti poput šalice, kemijska, majice i slično tako da uzimajući u obzir i podlogu određujemo vrstu tiska.

### 2.9.1. Vrste tiska

Postoje 4 vrste tiska, a to su: visoki tisak, plošni tisak, duboki tisak i propusni tisak. Kod visokog tiska se najčešće koristi fleksotisak, knjigotisak i čelični tisak. Kod dubokog tiska se najviše koristi bakrotisak, kod propusnog sitotisak, a kod plošnog ofsetni tisak.

Ove tehnike tiska se koriste kod većih naklada jer je skupa izrada jednog tj. manjeg broja komada. Neekonomično je, onemogućava izradu na zahtjev i personalizirane manje naklade. Digitalni tisak je to sve omogućio. Pogodan je za izradu manjih naklada koje postaju cjenovno pristupačnije. U ovom radu će se knjiga otisnuti digitalnim tiskom, zbog male naknade.



#### 2.9.1.1. Digitalni tisak

Kod konvencionalnih tehnika tiska kao što su visoki, plošni, duboki i propusni najveća je razlika između tiskovnih i slobodnih površina. U svakoj od tih tehnika se razlikuje taj odnos. Odnos tiskovnih i slobodnih površina se nalazi na tiskovnoj formi. Ta dva elementa su najveća razlika između klasičnih tiskarskih tehnika i digitalnog tiska. Kod digitalnog tiska nema tiskovne forme, tj. tiskovna forma postoji ali je virtualna, a tiskovni elementi i slobodne površine se razlikuju u energetske potencijalu. Tiskovna forma postaje vidljiva kad se na nju nanese boja koje je suprotnog elektronskog potencijala. Kod digitalnog tiska razlikujemo dva sustava, a to su Computer to Press i NIP. Ovakva vrsta tiska radi na način da je računalo direktno spojeno sa tiskarskim strojem. CTP je tehnologija slična konvencionalnom načinu otiskivanja jer sadrži sve dijelove klasične tiskarske jedinice i dodatni uređaj koji automatski generira tiskovnu formu. Cijela priprema i izrada tiskovne forme kraće traje, a najznačajniji predstavnik je bezvodni ofset koji umjesto uređaja za vlaženje koristi princip oleofobnosti i oleofilnosti.

„Najraširenija tehnika digitalnog tiska sa promjenjivom tiskovnom formom je elektrofotografija. A u digitalne tehnike tiska još ubrajamo magnetografiju, ionografiju i elkografiju. Razvojem magnetografije se bave tvrtke Nipson i Xeikon, dok ionografiju razvijaju Delphax i Xerox.“ [4]

Xerox 5000 je ujedno i stroj na kojem je otisnuta ova foto knjiga.

#### 2.9.1.2. Priprema za tisak

Glavni cilj pripreme za tisak je pripremiti dokument na način da ispadne što sličnije onome što vidimo na računalu. S obzirom da na različitim medijima i strojevima dolazi do promjena u izgledu boja i reprodukcije, pokušava se predvidjeti sve moguće greške i poduzeti važne korake da bi reprodukcija bila što vjernija originalu. Kod izrade knjige je bitno da se postave margine, da nakon uveza i obrezivanja tj. dorade sve bude u formatu. Tekst i tipografija moraju ostati nepromijenjeni, te se osigura na način da se tekst pretvori u krivulje, dok se fotografije moraju prebaciti u određeni prostor boja točnije CMYK. Važno je također dokument spremiti u pravilnom formatu koji će sačuvati sve elemente i promjene i koji će imati u sebi označene linije reza i linije savijanja, točnije sve elementa potrebne za određeni grafički proizvod.

### **3. EKSPERIMENTALNI DIO**

#### **3.1. Cilj i hipoteze istraživanja**

Cilj ovog rada je izraditi turistički vodič koji je drugačiji od ponuđenih na tržištu. Naglasak je na umjetničkoj fotografiji kojom se nastoji dočarati atmosfera grada, prikazati scene sa drugačijeg gledišta. Ovo nije samo turistički vodič već i suvenir, trajna uspomena sa putovanja. U eksperimentalnom dijelu rada će se pokušati dokazati hipoteza da ljudi prije reagiraju na fotografiju nego na tekst u turističkim vodičima, da ljudi preferiraju fotografije u boji od crno bijelih fotografija, te da fotografije koje prikazuju atmosferu mjesta ostavljaju snažniji dojam na gledatelja.

#### **3.2. Plan istraživanja**

Metoda istraživanja kojom će se dokazivati hipoteze je anketa. Anketa se sastoji od 17 pitanja. Prvi dio pitanja je informativnog karaktera o ispitanicima, dob, spol i koliko dugo žive u Zagrebu. Sljedeći dio pitanja istražuje koje vizualne elemente (fotografija, tekst) ispitanici primjete pri čitanju turističkog vodiča ili sličnih sadržaja. Kako bi se dokazale hipoteze da ljudi preferiraju fotografije u boji te fotografije sa atmosferskim prikazom mjesta u anketi su ponuđene fotografije od kojih ispitanici moraju izabrati onu koja im se više sviđa. U anketi su također postavljena dva otvorena pitanja o Zagrebu gdje su ispitanici imali slobodu da daju odgovor svojim riječima. Ovi će se podaci koristiti kao smjernice prilikom izrade knjige.

### 3.3. Anketa i analiza rezultata

Ova anketa objedinjuje pitanja o Zagrebu i pitanja koja će potvrditi ili demantirati hipoteze vezane za ulogu vizualnih elemenata i fotografije u turističkim vodičima kod ispitanika.

Anketu je ispunilo 71 ispitanika od kojih 68% žene, a 32% muškaraca. Najveći broj ispitanika, 61% je između 26-35 godina, a 54% njih cijeli život živi u Zagrebu.

Analiza rezultata je pokazala da je fotografija najutjecajniiji vizualni element u turističkom vodiču, čak 76% ispitanika prvo primijeti fotografiju, a tek onda sve ostalo. Također, 21% ispitanika smatra da fotografija može zamijeniti tekst, dok 8% ispitanika smatra da tekst može zamijeniti fotografiju. Ovim rezultatima potvrđena je hipoteza da ljudi prije reagiraju na fotografiju nego na tekst u turističkim vodičima.

Kod ponuđenih fotografija ispitivala se hipoteza da ljudi preferiraju fotografije u boji, te da bolje reagiraju na fotografije koje prikazuju atmosferu mjesta. Takve fotografije ostavljaju snažan dojam na gledatelja i te hipoteze su se pokazale točnima. Kod odabira između crno bijele fotografije i fotografije u boji, ispitanici su u oba slučaja većinom odabirali fotografiju u boji ( 60 i 70%). Fotografije koje pokazuju atmosferu mjesta i imaju umjetnički dojam također su češće odabrane.

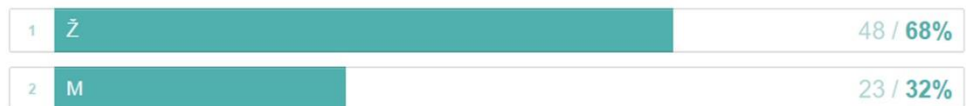
## Dob

70 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



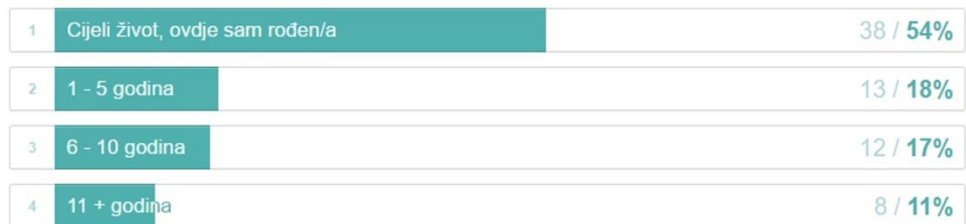
## Spol

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



## Koliko dugo živite u Zagrebu?

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



## Kada idete na putovanje na koji se način najviše informirate o destinaciji koju posjećujete?

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



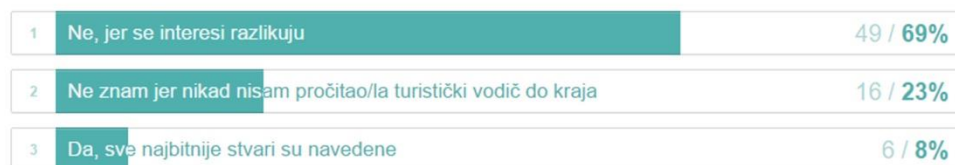
Što prvo primjetite gledajući turistički vodič, članak u časopisu ili internet portalu o nekom mjestu?

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



Smatrate li da su u turističkom vodiču sadržane sve informacije koje Vas zanimaju?

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



Smatrate li da ćete sa fotografijom dobiti više informacija nego sa napisanim tekstom?

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



Što će vas prvo zainteresirati za posjet nekom mjestu?

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



Izaberite fotografiju koja vam se više sviđa

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



23 / 32%



48 / 68%



28 / 40%



42 / 60%

Izaberite fotografiju koja vam se više sviđa

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



15 / 21%



56 / 79%



49 / 69%



22 / 31%



28 / 39%



43 / 61%



Izaberite fotografiju koja vam se više sviđa

71 od 71 upitanih odgovorilo je na ovo pitanje



11 / 16%



59 / 84%



29 / 41%



42 / 59%

U anketi su također postavljena dva otvorena pitanja kako bi se omogućilo ispitanicima da slobodno odgovore svojim riječima.

### **Kako biste strancu opisali Zagreb u 3 riječi?**

Prijateljski, **lijep**, raznolik, na raskrižju Europe, zelen, urban, čist, veseo, mladi, rasplesani grad, super, zabavno, **lijepo**, **lijep**, dosadan, ok, Amerika u malom, raznolik, zelen, tajnovit, ugodan, živahan, **lijep**, ravan, star, dobar, **lijep**, zanimljiv, šarmantan, ugodan, siguran i pristupačan, malen, čist, sladak, Sljeme, Jarun, Maksimir, premali, siv, gužva, historic, friendly, dual, zanimljiv, povijesni, uzbudljiv, sigurno, raznoliko, pristupačno, **prekrasan**, tajanstven, poseban, metropola, starinski, povijesni, jednoličan, jeftin, pristupačan, friendly, **beautiful**, different, kaj, fontane, mir, star živ i povijesan, kultura, društvo, zabava, bogata kultura, užurban grad, **lijep**, **quite nice town!**, opušten, inspirativan, **lijep**, **lijep** ali zapušten, mali, gostoljubiv, društven, **lijep**, miran, raznolik, Gornji grad, Manduševac, Jarun, živopisan, povijest, gostoljubiv, gužva, događanja, atmosfera, gourmet, friendly people, **beautiful**, mali Beč, **predivan**, europski, tajanstven, uredan, ima dušu, umjetnički, srednji, zgođušan, neodržavan, **lijep**, sadržajan, po mjeri čovjeka, **ljepota**, kultura, povijest, Love Eat Enjoy, **lijep** europski grad, velik, gust promet, razna događanja, mal, šarmantan i **prelijep**, grad pun života, **prekrasan**, romantičan, divan, **prelijepa** arhitektura i turistička destinacija, mali, šarmantan, **lijep**, raznolik, zabavan, srdacan, **lijep**, dom, glavni, turistički, uživanje, ravan, velik i zelen ponekad, brz, maglovit, živahan, centar Hrvatske, ugodan i moderan grad za život, friendly, **nice**, smokey, better than rest :), **lijep**, sadržajan, zabavan, grad pun života, kultura, **ljepota**, sadržaj, miran, **lijep**, zanimljiv, brz, zanimljiv, kratki tramvaji, prljav, sexy, simpatičan, veliko šareno selo, velik, pun događaja, glasan, glavni grad Hrvatske.

**Upišite mjesta u Zagrebu za koja smatrate da nisu zastupljena u konvencionalnim turističkim vodičima, a po vama su važna ili zanimljiva.**

**Umjetnička**, za provod, **za rekreaciju**, **Art park**, specialty coffee shopovi, male uličice po Gornjem gradu, dvorišta po centru, **ribnjak**, neka spontana ulična okupljališta, interesatne uličice, Novi zagreb, **Jarun**, Hrelić, kulturni bircevi i klubovi, Dubrava - olimpijska sila, **Medvednica**, nikada nisam gledala turistički vodič o

Zagrebu, **Jarun**, **Art park**, **vožnja bicikom na savskom nasipu**, više detalja gornjeg grada, mjesta na kojima su se sastajale ličnosti koje su oblikovale Zagreb i Hrvatsku, **Maksimir**, **Botanički vrt**, **Jarun**, novi tunel u centru, Jurjevska ulica, **Cmrok**, **zanimljiva alternativna mjesta za mlade**, **streetart destinacije**, **skriveni parkovi u gradu**, **Maksimir**, **Mirogoj**, eventualno **Dotrščina**, sve drugo je u nereprezentativnom stanju, društveni život, cvjetni trg, ulice gornjeg grada, **maksimir**, **jarun**, **bundek**, ne znam sto je sve u turističkim vodičima, **Sljeme**, **gradske park-šume**, sva su zastupljena, Studentski centar, muzej prekinutih veza, bolnica brestovac, slastičarna Amelie, Stara Vlaška, tunel grič, Massarykova ulica, ne znam što je zastupljeno u vodičima ali probat ću pogoditi što nije: **Savski nasip**, Hrelić, utakmice Medveščaka..., **Savski nasip**, Hrelić, utakmice HK Medveščak, **Sljeme**, **Cmrok**, **Dubravkin put**, Strossmayerovo setaliste, novi zagreb, **Maksimir**, **medvedgrad**, **zrinjevac**, **Dubravkin put**, **Bundek**, **cmrok**, kino na tuskancu, Manji kafići ili dvorišta u širem centru, sportske lokacije npr. bazeni, **šetnice uz zagrebačke potoke** (sjever-jug), **nasip**, **Park kralja Petra Krešimira IV** (kod Branimirove tržnice), zanimljiv je po prekrasnom stablu ginka, ne citam turistički vodič za zagreb, nikada nisam listala turistički vodič grada Zagreba, ali pretpostavljam da nisu spominjali Medicu (klub i galeriju), Kset, Čvenk i slična mjesta **alternativne kulturne scene**, ne znam buduci nisam procitala turistički vodič Zagreba, **Jarun**, **Medvedgrad**, **Bundek**, **Botanički vrt**, **potoci zagreba** (ne fontane, već one zen oaze za koje ljudi ne znaju da postoje), vidikovci, dvorišta, stube..., **jarun**, studentski centar, cibona

Odgovori na ova otvorena pitanja su važni jer otkrivaju što građani Zagreba smatraju važnim i lijepim u gradu. Nije slučajnost da se ovoliko puta spominje priroda, Sljeme, parkovi i jezera. Također ispitanici često spominju art scenu, te kulturna mjesta za druženje.

Bojom su označeni pojmovi koji se često ponavljaju kako bi se izdvojili određeni pojmovi i odredile smjernice.

Prethodna dva esejska pitanja iz ankete su uvelike pomogla u stvaranju foto vodiča, građani grada Zagreba su dali svoj doprinos i svoje mišljenje.

### 3.4. Snimanje fotografija korištenjem digitalnog fotoaparata

„Kreacija fotografijom započinje odabirom motiva i pristupa tom motivu što u tehničkom smislu znači odabir fotografskog aparata i opreme, filma i rasvjete.“ [5] Kod snimanja fotografija digitalnim fotoaparatom najvažnije je nakon odabira motiva odrediti u tehničkom smislu opremu, fotoaparat i postavke. Fotografije u ovom radu snimljene su digitalnim fotoaparatom marke Canon 1100D. Fotoaparat ima izmjenjive objektivne zum 18-55mm i fiksni 50mm. Pri izradi fotografija pazilo se na pravila tehnike snimanja i pravila kompozicije. Prednost digitalnog fotoaparata je mogućnost naknadne manipulacije fotografijama u grafičkim programima na računalu.

### 3.5. Način snimanja i postavke fotoaparata

Kod snimanja digitalne fotografije važno je obratiti pažnju na ekspoziciju, otvor objektiva (što je otvoreniji, više svjetla ulazi, manja je dubinska oština i obrnuto) i brzinu okidanja. „Ekspozicija je ukupna količina svjetla kojoj je dopušteno da padne na fotografski medij (film ili senzor).“ [6]

Sve snimljene fotografije bile su pohranjene u formatu L+RAW. Raw format fotografija nam omogućava da naknadno mijenjamo postavke na fotografiji pritom zadržavajući kvalitetu same fotografije. Raw je posebno važan ako nismo sigurni u uvjete u kojima se fotografira te postoji mogućnost da fotografija bude pretamna/presvijetla i slično. Fotografiju u RAW formatu se može obrađivati u programima kao što su Adobe Photoshop i Lightroom.

Postavke fotografija ovise o samom vremenu i motivu snimanja. Knjiga sadrži 161 fotografiju koje su snimane u različito doba dana i u različitim uvjetima. Fotoaparat se podešava na manualni mod gdje se onda ručno podešava otvor zaslona, ISO i duljina ekspozicije.

### 3.6. Dizajn

Nakon analize rezultata ankete, prikupljenih informacija, završene analize postojećih turističkih vodiča potrebno je sakupiti sve informacije i pristupiti izradi fotovodiča.

Glavna ideja je da se fotografijama emotivno približi čitatelju te prenese atmosfera samoga grada. Nakon određenog vremena provedenog na ulicama grada Zagreba i snimljenih par tisuća fotografija, potrebno je napraviti izbor fotografija, potom ih obraditi. Potrebno je odrediti dimenzije knjige, napraviti prijelom, odabrati vrstu tipografije koja će se koristiti. Vrlo važan dio kod izrade knjige je i dizajn korica. Dizajn korica je nešto što kupac prvo primijeti. Potrebno je da korice oslikavaju sadržaj, ali isto tako da se istaknu među ostalim knjigama i privuku pažnju.

Dizajn knjige također ovisi i o ciljnoj skupini za koju je knjiga namijenjena. Foto knjiga je napravljena kao nekonvencionalni turistički vodič. Cilj je ući u komunikaciju sa građanima, a vodič mora biti odgovarajućeg formata kako bi knjigu turisti, ako žele, mogli nositi sa sobom. Također knjiga je namijenjena svima koji se žele približiti atmosferi grada i saznati malo više, van okvira o samome gradu.

#### 3.6.1. Odabir fotografija

Kako bi se lakše odabrale fotografije, knjiga je podijeljena u par cjelina. Prva cjelina je arhitektura i priroda, potom umjetnička street art scena u Zagrebu koja je zadnjih godina sve jača te čini grad zanimljivim. Sljedeće poglavlje je biciklizam. Zagreb ima dugu tradiciju biciklizma, koji je sve popularniji u gradu. Zagreb je poznat po biciklističkim usponima na Sljeme i idealan je za bicikliranje što mnogi građani iskorištavaju. Hrvatska je zadnje dvije godine domaćin Tour of Croatia, biciklističke cestovne utrka koja završava u Zagrebu u starom dijelu grada.

### 3.6.2. Obrada fotografija

Fotografije se nakon snimanja obrađuju u grafičkim programima za obradu slike. Fotografije su snimane u raw formatu i kasnije dorađene u Adobe Photoshopu. Na fotografijama nema fotomanipulacija kao što su mijenjanje stvarnosti, micanje ljudi, prizora iz kadra, već samo manipulacija bojom i tonovima kako bi se pojačao umjetnički dojam fotografije. Također, u ovom radu obrada fotografija je služila kako bi se poboljšala kvaliteta slike, podesile sjene i intenzitet boja.



Slika 9: Prikaz fotografija prije (lijevo) i poslije (desno) retuširanja

### 3.6.3. Odabir tipografije

Tipografija odabrana za naslovnicu i tekući tekst je Biko. Za naslov je odabran bezserifni font čistih linija koji dodaje malo vintage prizvuk i samim time naglašava nostalgičnu notu koja se proteže i kroz fotografije u knjizi. Font ima četiri verzije thin, regular, bold i black. Za tekst u knjizi korištena je regular verzija, a za određene naglašene dijelove bold i black.

#### Biko Regular

ABCČĆDĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
abcčćdďefghijklmnopqrsštuvwxyzž  
0123456789

#### Biko Bold

**ABCČĆDĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ**  
**abcčćdefghijklmnopqrsštuvwxyzž**  
**0123456789**

#### Biko Black

**ABCČĆDĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ**  
**abcčćdefghijklmnopqrsštuvwxyzž**  
**0123456789**

Slika 10: *Prikaz odabrane tipografije*



#### 3.6.4. Dizajn korica

Korice moraju predstavljati sadržaj knjige. S obzirom da je ovo nekonvencionalni turistički vodič, foto knjiga koja dočarava grad na jedan drugačiji način, cilj je bio napraviti simpatičnu koricu koja će se istaknuti. Za dizajn korica odabrana je ilustracija svih elemenata koji opisuju grad. Ilustracija je nacrtana u grafičkom programu Adobe Illustrator. Adobe Illustrator je program za grafičko crtanje i dizajn. Illustrator prikazuje objekte u dvodimenzionalnom prostoru i služi se vektorskom grafikom. Vektori označavaju točku u prostoru radne površine u programu koja je određena koordinatnim sustavom (x,y). Adobe Illustrator se sastoji od niza alata koje možemo podijeliti u alate za crtanje objekata i kretanje po dokumentu, alati za boju, alati za rad s krivuljama, alati za kombiniranje objekata te transformacije i deformacije, alati za oblikovanje teksta, slojevi, efekti i filteri.

Ilustracija je dvodimenzionalni, pojednostavljeni prikaz elemenata kao što su Hrvatsko narodno kazalište, kip bana Jelačića, katedrala, prizemljeno sunce, golubovi, legendarna žičara, sat sa trga...



Slika 11: Prikaz dizajna naslovnice knjige



### 3.6.5. Odabir vrste prijeloma

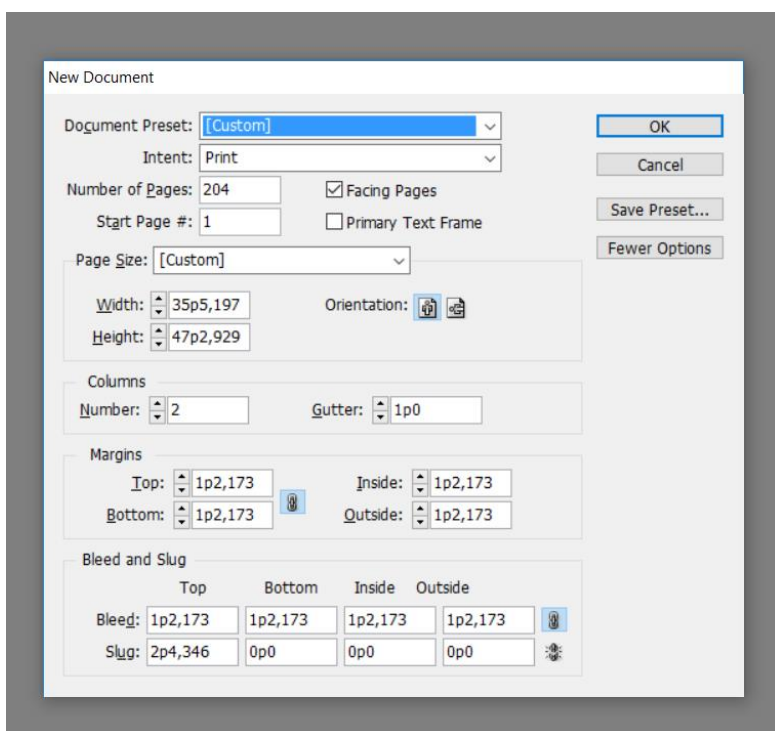
Knjiga je koncipirana kao foto knjiga koja ne sadrži tekst. Tekst se nalazi samo na prvoj strani kao uvod koji objašnjava knjigu, kao naziv cjelina i na kraju knjige gdje se spominju sva mjesta na kojima su nastale fotografije. Fotografije su u knjizi postavljene po cjelinama. Kako bi se dobro organizirali elementi u knjizi, časopisu ili katalogu dizajner radi mrežu u koju slaže tekst, naslove i fotografije. U ovoj knjizi cilj je bio osloboditi se mreže i uobičajenih formi slaganja fotografija. Fotografije su slobodne, nisu ograničene stranicom i formatom, na nekim se mjestima jedna fotografija proteže kroz dvije stranice, izlazi iz formata ili djelomično ulazi u drugu stranicu. Neke fotografije su velike dimenzije, a druge su manje sa praznim prostorom oko. Taj prostor zapravo nije prazan, on je ovdje u svrhu naglašavanja fotografije. U taj prostor vlasnik knjige također može intervenirati, pisati, crtati kako bi zadržao uspomenu na određeno mjesto. Cilj je bio postići dinamiku, naglasiti pojedine fotografije, zainteresirati gledatelja i spriječiti očekivan redoslijed fotografija. Prijelom se radio u programu Adobe InDesign.

### 3.6.6. Oblikovanje knjige

Knjiga ima 204 strane i 161 fotografiju. Korice i knjižni arci su otisnuti u boji, tzv. full color tisak. Format knjige je 150mm x 200mm. Potrebno je da format bude odgovarajući kako bi se fotografije dovoljno dobro isticale, a istovremeno da ne bude prevelik, pretežak za nositi u torbi. Nakon što se odredila dimenzija obrezanog proizvoda, odredile su se margine i linije reza te *slug* u kojem su označene linije savijanja i po potrebi dodatne informacije za tiskaru. Veličina *bleeda* je 5mm, dok je veličina *sluga* 10mm. Za korice je odabran ljepljeni uvez i meke korice. Meke korice su odabrane iz razloga što se htio izbjeći efekt enciklopedije i olakšati težinu knjige te tako omogućiti korisnicima da je nesmetano nose sa sobom u razgledavanje grada.

Uvez je broširani. To je ujedno i najjednostavniji način uveza knjige gdje se knjižni arci sabiru u knjižni blok, a knjižni blok se ljepi na meke kartonske korice. Knjižni blok i korice spojene su samo na hrptu. Na ovaj način uvezuju se knjige, katalozi, časopisi i slično.

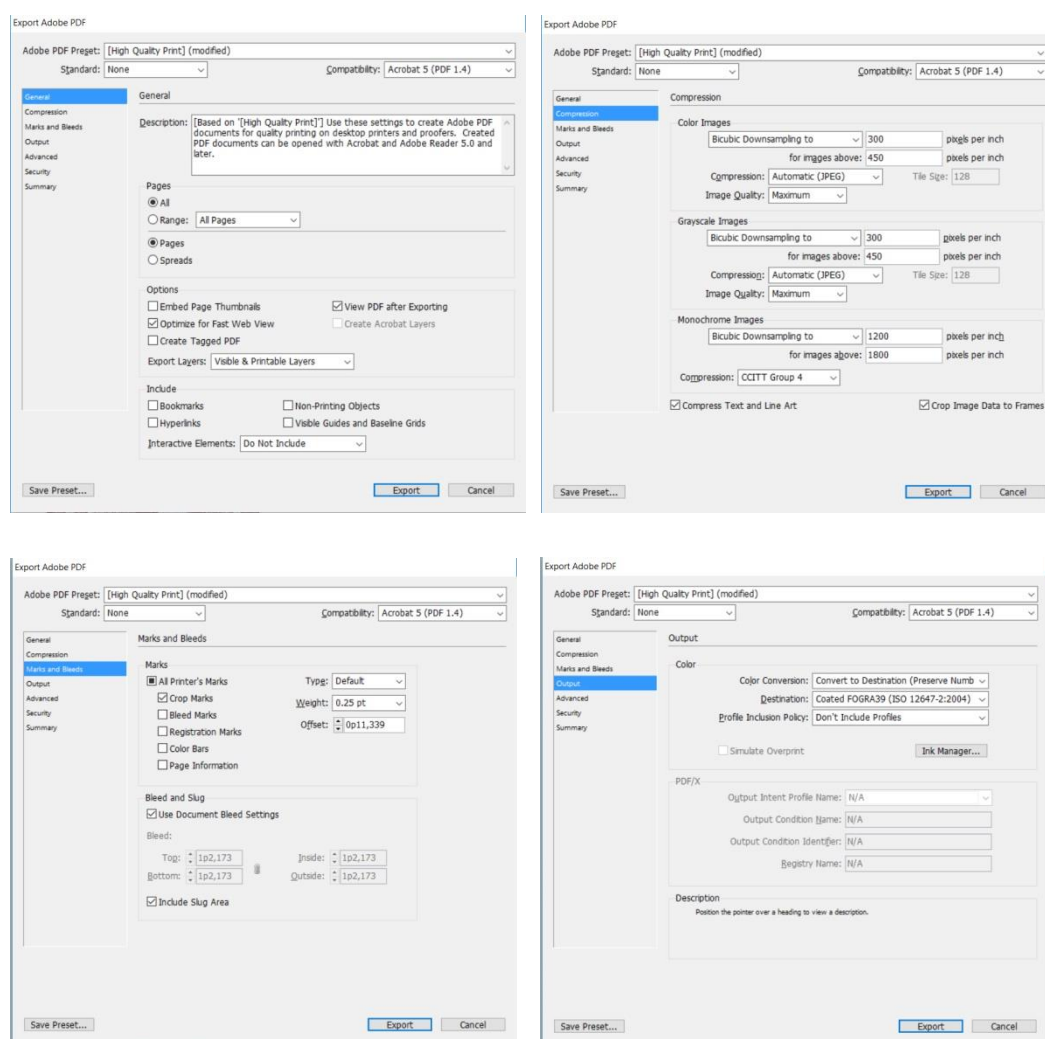
Odabrana vrsta papira za knjižni blok je 130 gramski artic volumen papir, a za korice 300 gramski color copy sa jednostranom matt plastifikacijom.



Slika 12: Prikaz radnog prozora u InDesign-u prilikom kreiranja novog dokumenta

### 3.7. Priprema za tisak foto vodiča kroz Zagreb

Prije nego što su fotografije ubačene u InDesign, prolazile su obradu. Nakon estetske obrade fotografija, fotografije su prebačene iz RGB prostora boja u CMYK prostor boja, 300dpi i sačuvane u formatu TIFF kako bi se postigla što veća kvaliteta. Za pripremu je vrlo važno da su fotografije zadovoljavajuće kvalitete i sačuvane u određenom prostoru boja i formatu. Tekst mora biti prebačen u krivulje kako bi se izbjegle neočekivane promjene nakon tiska i kako bi bili sigurni da će font koji smo odabrali izgledati kao u prijelomu.



Slika 13: Prikaz spremanja dokumenta za tisak

### 3.8. Odabir tehnike tiska

S obzirom da je knjiga prototip i za sada se tiska u maloj nakladi do 4 komada, radi cijene i ekonomičnosti, odabrana je digitalna tehnika tiska. Knjiga je otisnuta na digitalnom stroju XEROX 5000.



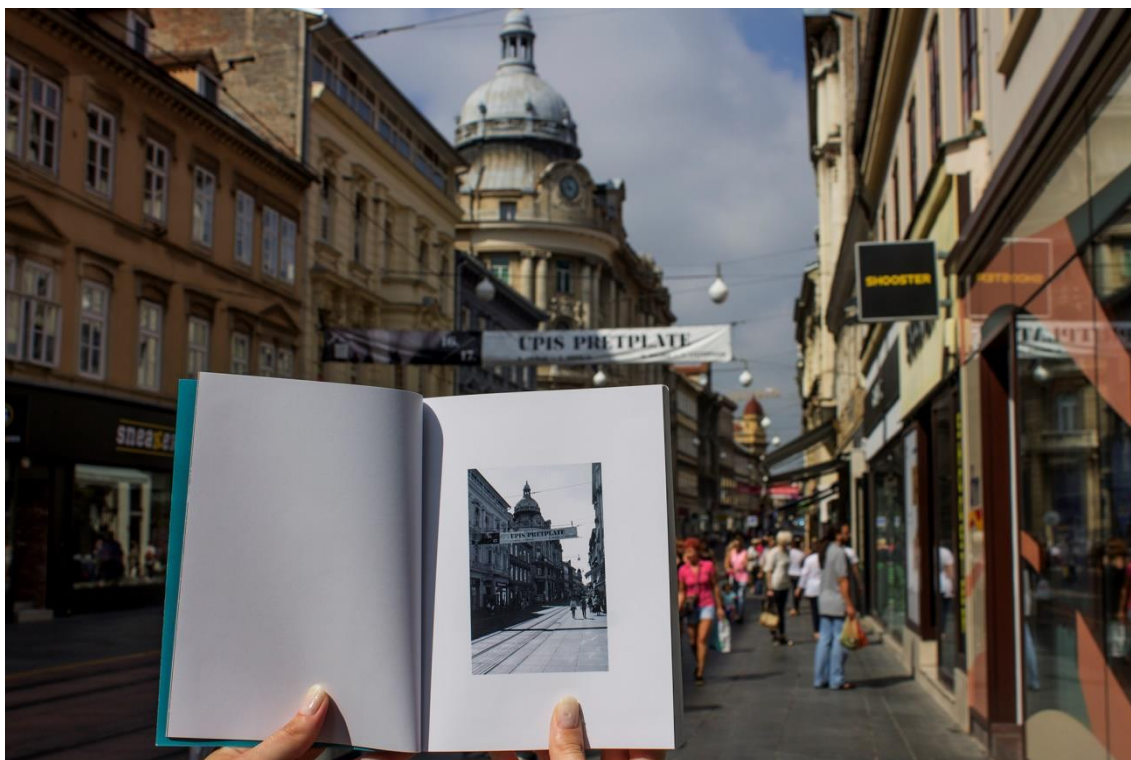
Slika 14: *Prikaz digitalnog stroja XEROX 5000 na kojem je otisnuta knjiga*

### 3.9. Otisnuti / realizirani proizvod

Foto knjiga je otisnuta u 4 primjerka. Na sljedećim slikama prikazat će se primjena realiziranog proizvoda.



Slika 15: Prikaz foto vodiča nakon otiskivanja



Slika 16: *Prikaz stranice foto vodiča na mjestu gdje je fotografija snimljena*



Slika 17: *Prikaz foto vodiča u primjeni*





Slika 18: *Prikaz foto vodiča na mjestu gdje je nastala fotografija*



Slika 19: Prikaz foto vodiča na mjestu gdje je nastala fotografija



Slika 20: Prikaz primjene foto vodiča



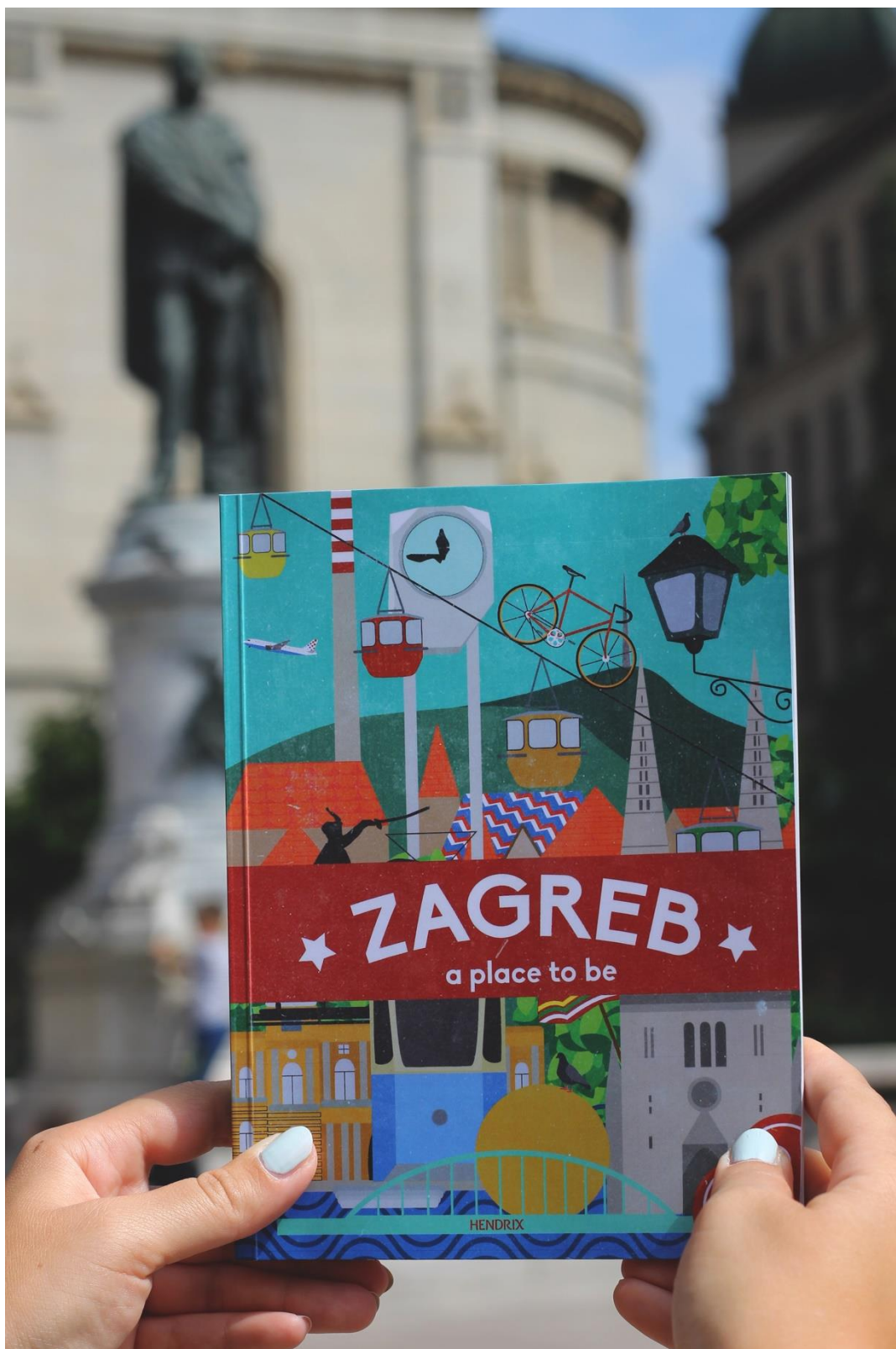


Slika 21: Prikaz primjene foto vodiča



Slika 22 i 23: Prikaz primjene foto vodiča





Slika 25: Prikaz primjene foto vodiča

#### 4. ZAKLJUČAK

Glavni cilj ovoga rada bila je izrada nekonvencionalnog turističkog vodiča za grad Zagreb. Vodič je zamišljen kao foto knjiga koja će sadržavati prizore iz Zagreba, dok će se samoj fotografiji pristupiti sa umjetničkog aspekta. Naglasak je bio na *street art* sceni i mjestima koja nisu zastupljena u klasičnim vodičima, a Zagrepčani ih smatraju važnima.

Nakon analize postojećih turističkih vodiča i provedene ankete među ispitanicima, pokazalo se da su zastupljeni vodiči na tržištu slični te da postoji želja i potreba za raznovrsnijim vodičima. Turistički vodiči ispunjavaju svoju zadaću, ali postaju jednokratni i zamjenjivi. Jednokratni iz razloga što služe samo u tom trenu kada je putnik u tom gradu, dok je ovaj foto vodič napravljen kao uspomena i suvenir te ima dugovječniju namjenu. Nadalje, zamjenjivi su jer pružaju informacije koje se danas lako nalaze u digitalnim medijima. Nije nužno da digitalni medij zamijeni knjigu ako ta knjiga pruža još nešto više. Proučavanjem percepcije vizualnih elemenata kod ispitanika pokazalo se da je vizualni medij, točnije fotografija, jači prenositelj poruke od teksta, te će većina ispitanika prije pogledati fotografiju nego pročitati tekst. Kod odabira fotografija također se pokazalo da ispitanici preferiraju atmosferske fotografije nad onim standardnim. U skladu sa rezultatima i sa namjerom da se osvježi pogled na turističke vodiče i suvenire, te na drugačiji način približi Zagreb budućim posjetiocima, izrađena je ova foto knjiga.

Kod izrade knjige pristupalo se svakoj fazi procesa detaljno, od same ideje pa do realizacije. Istraživanja i analize dodatno su proširili sliku kako bi se dobio objektivniji dojam. U ovom radu bilo je potrebno ispitati mišljenje građana Zagreba u svrhu što bolje izrade foto vodiča i prezentacije grada budućim posjetiocima. U analizi istraživanja potvrđena je teza da fotografija ima veliku ulogu kod prenošenja informacija, ponekad čak više od pisanog teksta.

Ovaj foto vodič u potpunosti je autorska ideja. Fotografije u njemu su autorske isto kao i dizajn korica te prijelom. Kroz izradu ovog rada bilo je važno proći cijeli proces od ideje do realizacije te suočavanje sa svim fazama i tehničkim izazovima.

## 5. LITERATURA

1. \*\*\* [https://hr.wikipedia.org/wiki/Digitalni\\_fotoaparat](https://hr.wikipedia.org/wiki/Digitalni_fotoaparat) : 05.08.2016.
2. Zjakić I., (2013). *Tehničko uređivanje u procesu izrade knjige*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb
3. Potisk V., (1997). *Grafička dorada*, Školska knjiga, Zagreb
4. Matošević M., (2009). *Utjecaj ekstremnih nanosa electroinka na gamut kolorne reprodukcije*, diplomski rad, Grafički fakultet
5. Mikota M., (2000). *Kreacija fotografijom*, V.D.T. PUBLISHING, Zagreb
6. \*\*\* <http://fotografija.hr/ekspozicija/> : 10.08.2016.